

بوالفول هارون

المركز الجامعي خميس مليانة

بوزيان رحماني جمال

المركز الجامعي خميس مليانة

مداخلة بعنوان:

الانترنت البنية التحتية للتجارة الالكترونية

الملخص:

لقد تميزت الساحة العالمية في السنوات الأخيرة بتسارع التحولات السياسية والاقتصادية، مما سمح بتفتح الأسواق، وإلغاء الحواجز أمام تدفق تبادل السلع والخدمات، وقد تزامن ذلك مع ثورة تكنولوجية هائلة مهدت الطريق لبروز مجتمع الاقتصاد اللامادي.

وقد شهد هذا الاقتصاد الجديد تناميا مطردا، خاصة في بلدان أمريكا الشمالية وأوربا الغربية وجنوب شرق آسيا، مما أدخل حركية جديدة على هذه الاقتصاديات، وأهلها للمرور إلى مرحلة ما بعد الصناعة بكل اقتدار وبذلك أصبح الاستثمار في هذا الاقتصاد الجديد ضرورة إستراتيجية لاكتساب الميزة التنافسية التي تقاس بمدى امتلاك المعلومات وإنتاج المعرفة، وتوفير الموارد البشرية المناسبة.

وتعد التجارة الالكترونية أهم ما يميز هذا العصر، وهي تخص تبادل السلع والخدمات عبر الشبكات العالمية للاتصالات أو ما يعرف بالانترنت.

Résumé :

Le monde a connu, dans les dernières années, des changements bouleversante sur le plan économique et politique, ce qui a permit d'ouvrir tous les marches supprimer tous les barrières face au flux des services et marchandises, ces changement vient en parallèle avec une prodigieuse révolution technologique énorme qui prépare, ensemble, l'apparition d'un nouveau système économique qu' appellent les experts " l'économie virtuelle".

Ce nouveau système économique qui se développe sans cesse, surtout en Amérique du nord, en Europe occidental, et en sud est asiatique, a déjà crée un nouveau dynamisme économique et sociale dans ces pays, les faire passe à un nouveau ère de l'après industrialisation avec succès, ou en appelant l'investissement d'être une nécessite stratégique pour acquérir le maillon fort en compétitivité, qui à son tour peut être mesure dorénavant avec la quantités produites et acquises de l'information, et les sources humaines nécessaire.

Ce qui symbolise en plus cette nouvelle ère, c'est peut être le commerce électronique, qui concerne la circulation des services et marchandises à travers l'Internet.

لقد تميزت الساحة العالمية في السنوات الأخيرة بتسارع التحولات السياسية والاقتصادية، مما سمح بتفتح الأسواق وإلغاء الحواجز أمام تدفق تبادل السلع والخدمات، وقد تزامن ذلك مع ثورة تكنولوجية هائلة مهدت الطريق لبروز مجتمع المعلومات والاقتصاد اللامادي.

ويمكن تعريف الاقتصاد اللامادي كنشاط في شكل خدمات متنوعة تعتمد الذكاء البشري والقدرات الذهنية، وتستعمل لأجل ذلك التكنولوجيات الحديثة للاتصال والإعلام.

وقد شهد هذا الاقتصاد الجديد تناميا مطردا خاصة في بلدان أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية واليابان وجنوب شرقي آسيا، مما أدخل حركية جديدة على هذه الاقتصاديات وأهلها للمرور إلى مرحلة ما بعد الصناعة بكل اقتدار، وبذلك أصبح الاستثمار في هذا الاقتصاد الجديد ضرورة إستراتيجية لاكتساب الميزة التنافسية التي تقاس بمدى امتلاك المعلومات وإنتاج المعرفة وتوفير الموارد البشرية المناسبة.

وتعد التجارة الالكترونية أهم ما يميز هذا العصر، وهي تخص تبادل السلع والخدمات عبر الشبكات العالمية للاتصالات، أو ما يعرف بشبكة الانترنت، ومن هذا المنطلق فإن إشكالية مداخلتنا تتمحور في الإجابة على سؤال رئيسي: **ماذا يمكن للانترنت أن تقدمه في المجال التجاري**.

ولمعالجة هذه الإشكالية ارتأينا طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماذا نعني بالانترنت وماهي مختلف استخداماتها؟

- فيما تكمن أهمية الانترنت في المؤسسة، وما مدى إمكانية الاستفادة من الخدمات التي تقدمها؟

- ما هو مفهوم التجارة الالكترونية، وماهي مختلف أشكالها ؟

وللإجابة عن الأسئلة السابقة قمنا بتقسيم مداخلتنا إلى مبحثين:

المبحث الأول : تقديم الانترنت: حيث تطرقنا فيه إلى لمحة تاريخية حول الانترنت، ومختلف التعاريف التي أوليت لها واستخداماتها الممكنة، وذكر أهميتها في المؤسسة، ومدى إمكانية الاستفادة من هذه الخدمات.

المبحث الثاني: مفاهيم وتصورات حول التجارة الالكترونية: حيث تناولنا في هذا الجزء ماهية التجارة الالكترونية، ومختلف أشكالها المختلفة، ثم إلى شروط وعوامل تطورها .

المبحث الأول : تقديم الانترنت

تعتبر الانترنت من أحدث ما توصل إليه العلم في مجال الاتصالات وتبادل المعلومات، وهي تقدم مزايا عديدة لمستعمليها سواءا كانوا أفراد أو مؤسسات، من خلال ربح الوقت الكثير وادخار الجهود، التي لم تكن متوفرة فيما سبق .

المطلب الأول: لمحة تاريخية حول الانترنت

أولا: نشأة الانترنت:

نشأت الانترنت كفكرة في ظل التحولات الإستراتيجية التي اتخذتها الولايات المتحدة الأمريكية ممثلة في وزارة الدفاع إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي في 1969/1/2، وربطت وزارة الدفاع الأمريكية بين أربعة مراكز أبحاث، حيث يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج، وقامت بتخطيط مشروع شبكة اتصال من الحواسيب، يمكنها الصمود أمام أي هجمة سوفياتية محتملة، بحيث إذا تعطل جزء من الشبكة يمكن للبيانات تجنب الجزء المعطل، وتصل إلى هدفها، وأطلق على هذه الشبكة وكالة مشاريع الأبحاث المتطورة- أربانت- **(***ArpaNet***)** **(1).**

ثانيا: مفهوم الانترنت

في البداية نشير إلى أنه لا يمكن إعطاء تعريفا واحدا محددا للانترنيت، وذلك نظرا للعديد من التعاريف التي أطلقها مجموعة من الخبراء في مجال المعلومات والاتصال، وكلهم انطلق في تعريفها من زاوية تعامله معها واستخدامه لها، والانترنت لغويا تعني شبكة المعلومات الدولية اختصارا للاسم الانجليزي (International Network)، ويطلق عليها عدة تسميات "الشبكة The Net" أو الشبكة العالمية **(2)**، وفيما يلي بعض التعاريف التي يمكن إعطاءها في هذا الصدد.

حيث تم تعريفها في الكتاب الصادر عن برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة عام 1994 أنها شبكة اتصال دولية، تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب، وتؤمن الاتصال لملايين المستخدمين، وهناك تعريف يمكن أن يكون أوسع بالنسبة لتعريف الانترنت يشير إلى أنها عبارة عن دائرة عملاقة يمكن للمشاركين فيها الحصول على المعلومات حول أي موضوع معين في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط أو التراسل فيما بينهم لأنها تضم ملايين من شبكات الحواسب تتبادل المعلومات فيما بينها والتي تكون مرتبطة بواسطة بروتوكول الربط.

وهناك عدة تعاريف أخرى يمكن تلخيصها فيما يلي:

- **شبكة الشبكات**: أي أنها شبكة معلوماتية أو مجموعة من الشبكات المعلوماتية.

- **مكتبة بلا جدران**: يمكن لمستخدميها الإطلاع على كافة أوعية المعلومات المتوفرة في مكتبة الانترنت.
- **منتدى عالمي**: يتم من خلاله تبادل الأفكار والمعلومات وتطويرها خدمة للبشرية على مستوى العالم.

يتبين لنا مما سبق ذكره أن كل هذه التعاريف تشترك من حيث أن الانترنت هي شبكة عالمية من الحواسيب المرتبطة فيما بينها وتتبادل المعلومات.

ومما تقدم عرضه يمكننا الوصول إلى النقاط التالية:

- الانترنت مجموعة من الحواسيب ، وتلك الحواسيب مرتبطة فيما بينها في شكل شبكات.
- عملية الاتصال يحكمها نظام معين.
- ليس هناك هيئة مركزية تتحكم في محتويات الانترنت.
- يمكن لكل القطاعات الاستفادة من خدمات الانترنت.

بعد عرضنا لأهم النقاط فيما يخص التطور التاريخي للانترنيت وفكرتها الأساسية وطريقة عملها سنقوم بتقديم أهم ومختلف الخدمات المتوفرة على شبكة الانترنت.

المطلب الثاني: أهم خدمات الانترنت

تعرض شبكة الانترنت عددا واسعا من الخدمات لمستعمليها وقبل التعرض لهذه الخدمات سنقوم بإعطاء فكرة حول النظام الذي يسمح باستعمال والاستفادة من هذه الخدمات وهذا النظام الذي يعرف باسم نظام(عامل/خادم) (Client /Server).

1- نظام(العميل/خادم) : Client/Server

من الواضح أن أهم استخدامات شبكة الحواسيب هو مشاركة الموارد، و هذه المشاركة تتم باستخدام برنامجين منفصلين يعمل كل واحد منهما على حاسب منفصل عادة، الأول يسمى الخادم (server) والثاني يسمى العميل (client) **(3)**.

كما نرى أن كل خدمات الانترنت تستفيد من علاقة(العميل / خادم) وبالنسبة إلى أي مستخدم للانترنيت فإن ما يهم هو استخدام برنامج العملاء أي كيف نبدأ بتشغيل برنامج العميل الخاص بالخدمة المطلوبة؟ وكيف تحدد لبرنامج العميل الخدمة المطلوبة، وما هي الأوامر التي يجب أن نستخدمها مع هذا النوع من البرنامج؟

2- البريد الالكتروني:

يعتبر البريد الالكتروني الأكثر شيوعاً واستخداماً على شبكة الانترنت، إذ تمثل نسبة استخدام البريد الالكتروني 85% من إجمالي حركة المرور عبر الانترنت **(4)**، ويمكن لمستخدم الانترنت إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية، وهذا عن طريق ما يسمى البريد الالكتروني وهذا يتطلب أن يكون للمرسل و المستقبل للخطابات الالكترونيةه عنوان بريد الكتروني، والذي يتمثل في العموم بالشكل التالي:

[خادم@اسم] [nom@server] مثلا : haroune@hotmail.com

- **الخادم** (*server*): وهو اسم خادم البريد الالكتروني أين فتحنا بريدنا الالكتروني وفي مثالنا هو "hotmail.com".
- **الإسم** (Nom): ونقصد به اسم بريدنا الالكتروني ومن الأفضل أن يكون اسم الشخص والشركة صاحبة البريد.
- **@**: وهو رمز البريد الالكتروني والرسائل البريدية لها قياسية تتكون من جزئين الرأس والجسم ويتكون الرأس من عدد من المعلومات في بداية الرسالة، أما الجسم فهو نص الرسالة نفسها ويبدأ السطر الأول من الرأس دائما بالكلمة "from" و هذا السطر يوضح العنوان الخاص بالمستخدم الذي أرسل الرسالة.

3- **البرامج التي تعمل على توفير خدمة البريد الالكتروني:**

- **برنامج النقل**(transport Agent): كما أوضحنا فإن البريد الالكتروني هو أكثر خدمات الانترنت استخداما على الإطلاق، والواقع أن البريد الالكتروني هو عبارة عن خدمة عامة تسمح بنقل جميع أنواع الوثائق التي قد تكون على هيئة نص *Text*، كما يمكن نقل بيانات غير نصية مثل الصور والأصوات.
- ***برنامج المستخدم (***USER Agent)***:*** كما سبق وذكرنا فإن برنامج النقل Transport Agent يعمل في الخلفية وبالتالي فإن المستخدم لا يتعامل معه، ولكن البرنامج الذي يحتاجه المستخدم من خلال نظام البريد الالكتروني هو برنامج المستخدم USER Agent الذي يحتاجه كمواجهة مع نظام البريد الالكتروني، حيث يسمح للمستخدم بقراءة رسائله وكتابة رسائل جديدة ومع الرسائل التي قرأها والتي لا يحتاج إلى تخزينها وهكذا.
- **الدردشة عن بعد (**IRC) Internet Relaly Chat **:** هذه الخدمة تفتح خط اتصال لحضور اجتماعات ومؤتمرات لمختلف الأشكال وعلى مدار 24 ساعة، حيث يدخل الناس من كل مكان في العالم في محادثات متعددة تتناول كل شيء، فإنها تتيح لنا التحدث بطريقة مباشرة Online مع مجموعة من الأشخاص في نفس الوقت، ولتوضيح كل ذلك نتخيل أن هناك جمعا كبيرا من الناس يجتمعون في مكان واحد، وأننا نقف مع مجموعة من الناس يتبادلون عدة أحاديث، فإن ما نقوله يكون مسموعا لباقي المجموعة كما يمكن سماع ما يقول كل منهم، كما يمكننا الانتقال من مجموعة إلى أخرى والاشتراك في حديثهم، ويمكن أيضا دعوة أي شخص إلى محادثة خاصة وكل هذا مجتمع في الدردشة عم بعد (Internet rely chat) **(5)**.

4- الخدمة USENET:

تمثل كلمة *Usenet* الحروف الأولى من Users network والمقصود منها مجموعة المناقشة (Discussion GROUP) التي يستطيع مستخدم الانترنت الدخول إليها وتقديم أي استفسارات وطلب أي معلومات، وفي نفس الوقت تقديم معلومات، ويرى المستخدم أنها مفيدة لمجموعة المناقشة حتى تستفيد منها باقي المجموعة.

وتحتوي الانترنت على الآلاف من مجموعات المناقشة مصنفة على الموضوعات المختلفة التي تغطي تقريبا معظم مجالات الحياة، والخدمة USENET بدأت أساسا لهدف نقل الأنباء NEWS وكانت الفكرة في البداية هي إنشاء شكل جديد للنشرة الإخبارية،"BULLDIN BOARD"، ثم خرجت الخدمة عن الحدود المخططة لها، وبدأ تكوين مجموعة لذلك فإن هذه الخدمة تسمى كذلك مجموعات لأنباء . NEWS groups **(6)**

- **نظام (FTP):** من أهم خدمات الانترنت وأوسعها انتشارا ما يسمى بنظام (FTP)، بحيث تسمح هذه الخدمة بنسخ الملفات من الحواسيب المتصلة بشبكة الانترنت، وهذه الملفات المنسوخة تحتوي على أي نوع من المعلومات التي يمكن تخزينها في الحاسب كالمجلات الالكترونية وأخبار موجودة في مجموعة الأخبار. وفيما يلي كيفية استعمال (FTP):

- **ما معنى (FTP)** : هو اختصار (Files transfer protocol) والمقصود به هو بروتوكول نقل الملفات، أو بمعنى آخر هو تحديد الخصائص والمواصفات التي تدعم نقل البيانات داخل الانترنت، وهكذا فإن (FTP) تشكل جزءا كبيرا من الرابطة الخفية الموجودة بين أجزاء الانترنت، ومثل معظم خدمات الانترنت فإن خدمة (FTP) تستخدم نظام (العميل/الخادم)، حيث يستخدم برنامج عميل يسمى (FTP) يتصل ببرنامج خادم موجود في الحاسب البعيد، والفكرة في ذلك بسيطة فمثلا نكتب أوامر باستخدام البرنامج العميل الذي يرسلها إلى الخادم، ويستجيب الخادم بتنفيذ الأوامر التي أرسلناها وكذلك فإنه عندما يتم نسخ ملفات من حاسب بعيد إلى الحاسب الشخصي فإننا نكون قد قمنا بعملية تحميل (download)، وعندما نقوم بنسخ ملفات من الحاسب الشخصي إلى الحاسب البعيد في هذه الحالة نكون قد قمنا بعملية تصعيد الملفات (uploading)، وبالتالي فالحاسب الشخصي يسمى المضيف المحلي والآخر يسمى المضيف البعيد(remote host) ، وهكذا يمكننا أن نقول بلغة الانترنت أن البرنامج العميل (FTP) يسمح بشحن وتصعيد الملفات **(7).**
- **تشغيل برنامج** FTP: كما سبق ذكرنا فإن نقل الملفات من أول إلى آخر حاسب بعيد يتطلب برنامج يسمى FTP ، وهذا البرنامج يعمل كعميل يربطنا بالخادم (Server) الموجود في الحاسب البعيد، وبمجرد حدوث هذا الربط فإن الحاسب البعيد يسأل عن توصيف المستخدم userid وكلمة المرور password الخاصة بالمستخدم، وبعد ذلك يستطيع المستخدم إدخال أي أمر من أوامر البرنامجFTP .

- **الوايز (WAIS)** :كلمة wais تمثل الحروف الأولى من (waide area information service) أي خدمة المعلومات الواسعة النطاق، وهي أداة تسمح بالبحث خلال كميات ضخمة من المعلومات بطريقة سريعة ودقيقة للوصول إلى معلومات معينة، وهو ينظم المعلومات على هيئة قواعد بيانات ضخمة بحيث نحدد من خلالها قاعدة البيانات المحتوية على المعلومات التي نريدها، ثم يسمح لنا بإدخال مجموعة من كلمات المفاتيح (Key words) التي تساعد للوصول إلى المعلومات المطلوبة، وبدأت هذه الخدمة كمشروع خاص بثلاثة شركات كبرى هي: (thinking machines ,dow Jones ,Apple) .
يعتمد هذا المشروع على استخدام الحاسب في عملية البحث وتطوير كفاءاته في هذا الاتجاه، وخاصة

عند البحث خلال كم هائل من المعلومات، واتبع هذا المشروع العديد من المحاولات بهدف خلق للبحث خلال مصادر المعلومات على المستوى العالمي، وقدرت هذه المحاولات في إنشاء خدمة المعلومات الواسعة النطاق(العميل/ الخادم) الخاص بخدمة (Wais)، مثل كل الخدمات يستخدم الـ Wais(العميل/ الخادم)، حيث يتم التفاعل المباشر مع برنامج Wais client وهذا البرنامج يقوم بإظهار المعلومات وتنفيذ الأوامر أما برنامج wais Server فيقوم بحفظ مصادر البيانات، وهناك العديد من خادمات WAIS عبر الشبكة، ويمكن الوصول إليها أو إلى أي منها عبر WAIS، والتي يتوافر العديد منها من خلال بروتوكول نقل المعلومات FTP. وأشهر أنواع العميل هي: AISSEONCH,SWAIS لنظمXWAIS, LUNIX لنظام النوافذ **(8)**.

- **جوفر "Gopher"**: هو خدمة من خدمات الانترنت الشائعة الاستعمال، وهو يعتمد على عرض قوائم نستطيع من خلالها معالجة أي معلومات واستخدام أي موارد داخل الانترنت، وهو يتميز بالواجهة graphique السهلة المبنية على القوائم والموجودة في جميع المواقع.

- **شبكة المعلومات العالمية** WORLD WIDE WEB WWW : هي عبارة عن نظام يسمح بالبحث عن كميات ضخمة من المعلومات بطريقة سريعة ومرنة، ويعتمد على ما يسمى بالهيبرتكست (HYPRTEXT) في الوصول إلى المعلومات، والمقصود بالهيبرتكست هو النص (TEXT) المرتبط ببيانات أخرى، بمعنى أن ضرب الفأرة (MOUSE) فوق كلمات معينة يؤدي إلى الانتقال إلى شاشات جديدة محتوية على معلومات جديدة، ومع الانتقال من شاشة إلى أخرى بهذه الطريقة يتم الوصول إلى المعلومات المطلوبة. والواب مبدئيا نمى وتطور في سنة 1989 بالمركز الأوروبي للأبحاث النووية (CERN) من طرف Tin Bernersdee و Robert Cailliau، زيادة إلى برنامج العميل موزاييك (Mosaic) (1993) الذي أعطى للويب سهولة الاستعمال.

وهكذا نجد أن ملايين من الأشخاص ورجال الأعمال يتسابقون للاستفادة من مميزات "الواب"و ذلك لأنه نظام متميز للحصول على المعلومات من شبكة "الانترنت" في استخدام عارضات الواب "web browsers" نستطيع الحصول على نصوص خاصة تحتوي على صور ورسومات وأصوات

ويرجع لها الفضل في انتشار الانترنت والإقبال عليها خصوصا من الناحية التجارية**(9)**.

- **استخدام الواب:** مثل كل مصادر الانترنت فإن الواب تستخدم نظام (خادم/عميل)، وعلى المستخدم استعمال برنامج من أحد البرامج التي تنتمي إلى ما يسمى عارضات الواب (browsers)، كما تستطيع هذه العارضات الاتصال بخادم الواب والذي يتيح العديد من الوثائق الفائقة (hypertext)، وهناك العديد من خدمات الواب في الشبكة وكل خادم يهتم بمجال معين **(10)**.

إن الواب يعطي إمكانية الولوج إلى خدمات الانترنت والعكس غير صحيح، حيث أن خدمة الجوفر لا تسمح بالولوج إلى "الواب" وهكذا، ولكن هذا لا يعني أن الواب يمثل تلك الخدمات بل يسمح بالربط والانتقال بها **(11)**.

- **خدمة الأرشيف "Archie"**:هناك آلاف الخدمات التي تقدم الخدمة A-FTP حول العالم وبالتالي تقدم عددا هائلا من الملفات المتاحة لمستخدمي الانترنت، وهنا تظهر أهمية خدمة Archie حيث أنه

نظام يساعد على الوصول إلى الملفات التي نريدها ، فمثلا لو فرضنا أننا نريد ملفا محددا أو برنامجا سمعنا عنه فإننا نستطيع استخدام خادم Archie في تحديد المواقع التي تحتوي على هذا الملف، وعند الوصول إلى هذه المواقع يمكننا استخدام الخدمة Ftp في تحميل هذه الملفات في الجهاز الشخصي **(12)**.

- **القوائم البريدية:** من المعلوم أن الاتصال بمجموعة الحوار (discussion groups) يتم باستخدام (usenet)، ولكن هناك طريقة أخرى باستعمال البريد الالكتروني والعنوان الشخصي على هذا البريد ليكون لنا ما يسمى بالقوائم البريدية (mailing list)، حيث تعتمد هذه القوائم على فكرة بسيطة وهي أنه عند إرسال رسالة بريدية إلى شخص معين يتم كتابة اسمه وعنوانه وهكذا عند إرسال رسالة إلى عدة أشخاص يتم افتراض اسم معين لهم، فعندما يتم إرسال الرسالة إلى هذا الاسم المفترض يتم نقلها بطريقة آلية إلى كل مشترك في المجموعة، لذلك فإنها تسمى القوائم البريدية **(13)**.

المطلب الثالث: المؤسسة والانترنت

بعدما تطرقنا إلى مختلف خدمات الانترنت، نأتي في هذا المطلب إلى ذكر أهمية الانترنت في المؤسسة ومدى إمكانية الاستفادة من هذه الخدمات.

تستعمل المؤسسة شبكة خاصة بها من أجل التحكم في البريد الالكتروني، والمطبوعات المشتركة والقرص المشترك، و للإطلاع على نافذة الرسائل يتطلب ذلك تعريف الشخص ابتداء من اسمه وكلمة السر، وبعد الإطلاع على البريد يتم وضعه في دفاتر القرص المشترك.

تستعمل المؤسسة التسيير التجاري والمحاسبي لتنظيم الأعمال اليومية لتحسين سير عملها ويمكن ضم محتوى دفاتر التسيير التجاري والمحاسبي إلى الشبكة، وأيضا لحمايتها من التلف والضياع لكن في هذه الحالة على المؤسسة أن تستعمل أنظمة الحماية. كما يمكن للمؤسسة أن تستعمل نوعين من الشبكات، شبكة LAN (Local Area Net Work) وهي شبكة توصيل بين الحواسيب من نفس البناية، وشبكة WAN (Wide Area Net Work) وهي شبكة توصيل بين الحواسيب من بنايات متباعدة، وقد يصل البعد فيها إلى ألاف الكيلومترات، يشرف على الشبكتين عمال من داخل المؤسسة متخصصين في المجال.

إن انتقال المؤسسة من الشبكة الداخلية نحو التكنولوجيا الخاصة بالانترنت هو موضوع لا مفر منه فهو من بين الأوراق الرابحة للمؤسسة.

- **الانترنت داخل المؤسسة لماذا؟ (14)**

تسهيل عملية الاتصال على المستوى الداخلي والخارجي: ذلك عبر البريد الالكتروني الذي يسمح بوضع أعضاء المؤسسة في اتصال دائم مهما كانت المسافة، حيث يتم تبادل المعلومات ونشر الإعلانات والاتصال بفروع المؤسسة بطريقة سهلة وسريعة، كما يسمح بربح الوقت زيادة على هذا فإن خدمات "Talk"

و"IRC" يسمحان بالمشاركة في المحاضرات كما يمكن لبعض الأعضاء من متابعة المناقشات في وقت متأخر.

تعتبر الانترنت أمثل وأسهل وسيلة للاتصال بالعالم الخارجي للمؤسسة (شركاء، موردون، عملاء باحثين..الخ) فهو نافذة للاتصال مع الشبكات الموجودة حول العالم فبمجرد إنشاء خادم للانترنيت يستطيع كل العالم أخذ معلومات عن منتجات الشركة، كما يمكن إقامة روابط مع مواقع أخرى ووضع ملفات في متناول التسجيل ووضع جريدة تبين نشاطات وقطاعات المؤسسة، حيث يمثل هذا الخادم نقطة تجمع المستعملين.

- **تطوير العمل عن بعد:** الانترنت وسيلة اتصال تسمح بانتشار مساهمي المؤسسة ومساعديها وكل من لهم علاقة بها عبر العالم، حيث أن بعض البرامج مصممة للبقاء في حيز ضيق مع الأسواق الخارجية، أو وحدات المؤسسة وفروعها، لكن الانترنت في متناول كل هؤلاء الأشخاص في أي ساعة من اليوم وفي أي مكان للاتصال بالمؤسسة، فقدمت الانترنت تلك الحدود والفوارق الزمنية وبهذا ارتباط المؤسسات بالانترنت متوجه نحو ما يسمى بـ "teletravail" .
- **الحصول على الميزة التنافسية:** ولكي تبقى المؤسسة في السباق فعليها أن تتماشى مع تطور التكنولوجيا والمعايير التقنية الجديدة المؤثرة على الأفكار والاتجاهات الحديثة، والتي أصبحت تمثل مصادر فريدة للميزة التنافسية يصعب نقلها أو محاكاتها من قبل المنافسين.
- **الاقتصاد في التكاليف:** الحصول على المعلومات عبر الانترنت يكون أقل تكلفة بكثير من الحصول عليها بالوسائل التقليدية.
- **تسهيل العمل الجامعي والتطوير:** لتطوير منتوج أو أي مشروع، ينبغي على أعضاء فريق العمل أو الشركاء أن يبقوا على اتصال دائم لتبادل المعطيات والوثائق، حيث أنه في حالة قيام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة PME بتوحيد قواها في مشاريع مشتركة تكون الانترنت أفضل وسيلة لتبادل المعلومات المشتركة، كما نجد في الشبكات المحلية الداخلية للمؤسسة أنه لا يمكن للمتدخلين الجدد الذين لهم علاقة بالمؤسسة الاتصال بها مباشرة، وهذا ما توفره شبكة الانترنت لخاصيتها المفتوحة (حيث يكون الاتصال مباشرة وفي كل وقت).

و بهذا يمكن لمختلف مصالح المؤسسة (محاسبة، تسويق، ...) متابعة المشاريع وبصفة دائمة والتدخل في أي لحظة من العمل، والتنظيم في هذه الحالة يكون أكثر فعالية وأكثر احتراما للوقت.

- **الحصول على المعلومات:** الانترنت قبل كل شيء هي عبارة عن بنك واسع للمعلومات (نصوص معطيات...الخ) تكون متوفرة بصفة هائلة، حيث أن التقارير والإحصائيات، البرامج، الكتب، الجرائد الالكترونية، بنوك المعلومات... الخ، يمكن أن تكون متوفرة بصفة مجانية.
- **إرسال المعطيات:** إن المؤسسات قد تجاوزت الجامعات ومراكز البحث من حيث حجم المعطيات المرسلة عبر الانترنت، حيث يمكن للكتاب والمحررين من تبادل النصوص المكتوبة عبر الانترنت وهذا بسهولة وأقل تكلفة، وبهذا تكون الانترنت أفضل وسيلة متلائمة مع أنظمة التبادل الداخلي.

- **متابعة السوق** : إن دراسات السوق المحققة باستعمال البريد الالكتروني في نمط متزايد فالخدمات والمنتجات تكون مراقبة عبر خدمة مجموعة المناقشات، ومن جهة أخرى فإن الانترنت تعتبر وسيلة ممتازة لتوفير المعلومات التقنية للمتدخلين، ويمكن للزبائن إرسال رسائل في أي وقت للمؤسسة، وهذا ما يمكن من إعطاء حلول شخصية عبر البريد الالكتروني، كما يسمح بالمشاركة في المناقشات عبر الشبكة بوضع المعلومات تحت تصرف الخادم ftp وGopher وWeb بتوفير أجوبة لمختلف التساؤلات، وبهذا يمكن للمؤسسة الاقتصاد في الوقت والتكاليف وذلك بوضع المعلومات مرة واحدة على الخادم، ويساعدها في الحفاظ على اتصالها بمورديها أو بموردين جدد.
- **البيع** : إن سهولة الاتصال بالانترنت سمح بجلب عدد كبير من الزبائن المحتملين وبتطور الواب واستعمال الملتيميديا أصبح بإمكان المؤسسة وضع قوائم مرفقة بصور وأشكال وغيرها، زيادة على ذلك الحلول التقنية التي تسمح بتحقيق الصفقات، والمبادلات على الخط أين يتم إعداد الطلبيات وإجراءات الدفع، عبر الشبكة بصفة أوتوماتيكية، كل هذا أدى إلى وضع الزبون تحت تأثير المؤسسة.

المبحث الثاني: مفاهيم وتصورات حول التجارة الالكترونية

نتطرق في هذا الجزء إلى مختلف التعاريف التي قدمت للتجارة الالكترونية بالإضافة إلى الميادين التي تستخدم فيها والعوامل أو الشروط التي تساعد على تطورها، مرورا بأهم الميزات التي انفردت بها عن التجارة التقليدية.

المطلب الأول: ماهية التجارة الالكترونية

1- تعريف التجارة الالكترونية:

أعطيت العديد من التعاريف للتجارة الالكترونية نذكر بعضا منها فيما يلي:

- تعرف منظمة التجارة العالمية OMC التجارة الالكترونية على أنها: "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية" **(15)** .
- حسب لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي Unictral " التجارة الالكترونية هي النقل الالكتروني بين جهازين للكمبيوتر للبيانات باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات" **(16)**
- "تعرف على أنها مجموع التعاقدات التي تحدث على الواب(WEB)، الطلب على الخط سواءا تم الدفع الكترونيا أم لا" **(17)**
- "استخدام تكنولوجيا المعلومات للربط الفاعل بين الوظائف التي يوفرها المشاركون، البائعون والمشترون في التجارة " **(18)**
- "ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات" **(19)**
- " هي إجراء العمليات التجارية بمختلف أشكالها بين المتعاملين الاقتصاديين عن طريق تقنية الاتصال الحديثة المتمثلة في الانترنت، بما يضمن الفعالية والسرعة في الأداء" **(20)**

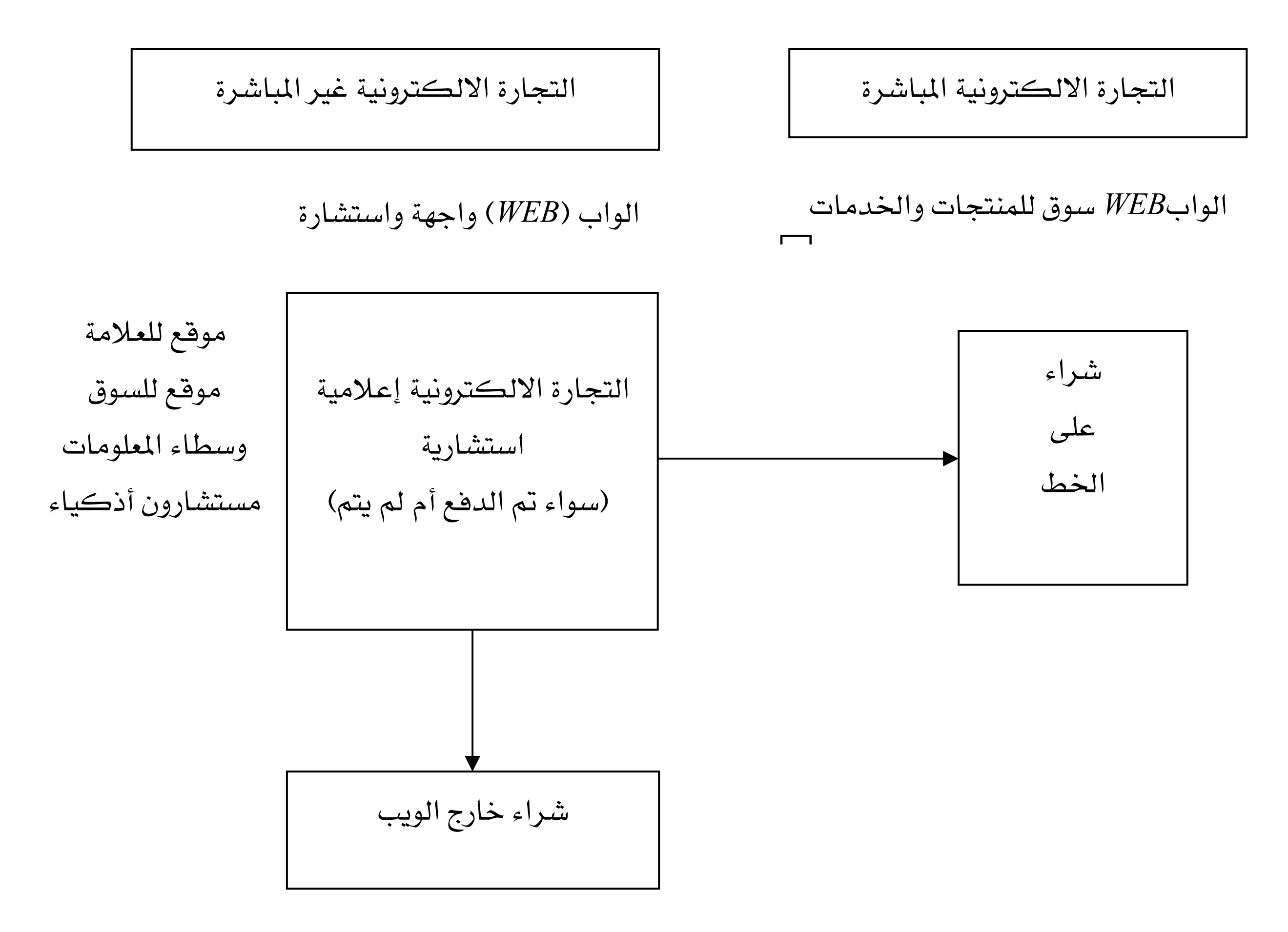
ولفهم التجارة الالكترونية بصورة أدق لا بد من الإيضاح أنها في الواقع تتم على طريقتين هما: **(21)**

- التعاقدات النهائية على الواب (WEB) أو التجارة الالكترونية بمعناها التام (الحقيقي).
- التجارة خارج الواب(WEB) تحدد على الواب، مثال ذلك زبون يقوم باختيار سيارة بواسطة الانترنت ويقوم بشرائها عند متعامل عادي .

وهاتان الطريقتان اللتان تتم بواسطتهما التجارة الالكترونية في الحقيقة هما متكاملتان .

ويشهد تيار الأعمال التجارية خارج الواب (WEB) تطورا من خلال اتجاهه نحو بيع خدمات إعلامية لمساعدة المستهلك على إيجاد العروض الجديدة على الواب(WEB)، وهذا لتحسين وزيادة التفضيلات للزبائن، وترشيد اختياراتهم، والذين يقومون بهذا الدور هم على سبيل المثال:
المستشارون الأذكياء، وسطاء المعلومات، بوابات ومحركات البحث على الانترنت، والشكل التالي يستعرض ويوضح عمل الطريقتان السابق ذكرها وترابطها:

الشكل 1: حقل التجارة الالكترونية



المصدر: Jaques lendrevie, Denislindon, Mercator,6EDI, Dalloz, Paris, 2000, p:353

2- أطراف التجارة الالكترونية:

تبقى التجارة الالكترونية نشاط تجاري تشارك فيه نفس الأطراف التي تدخل في التجارة التقليدية مع بعض الفوارق الطفيفة، من حيث أهمية الدور الذي تلعبه لإتمام وتحقيق المعاملة التجارية، وتتمثل هذه الأطراف في: البائع، المشتري، وكذا البنك.

تتم عملية التجارة الالكترونية عبر ثلاثة مراحل أساسية، الأولى مرحلة المعرفة وفيها يتم التعرف على البضاعة المطلوب شرائها والتفاعل بين المنتج والمستهلك أو البائع والمشتري، والثانية مرحلة طلب الشراء والدفع ، وهي تأتي بعد الاتفاق على إتمام عملية الشراء، أما المرحلة الثالثة والأخيرة ترتبط بنوع البضاعة، إذ يمكن تسليم بعض أنواع البضائع الكترونيا من خلال الانترنت، بينما تسلم الأنواع الأخرى باليد أو عن طريق مندوب المبيعات، ويمكن أن نلخص أطراف التجارة الالكترونية فيما يلي:

- **المشتري**: وهو الباحث عن السلعة أو الخدمة، وذلك بالدخول إلى أحد مواقع الواب (WEB) التجارية على شبكة الانترنت، التي تمكنه من طلب السلعة أو الخدمة مباشرة بالكمية والسعر والنوع الذي يريد، وذلك بمجرد النقر على الفأرة لجهاز الكمبيوتر وهو جالس أمام الشاشة.
- **البائع** :وهو الذي يقوم بعرض السلع والخدمات في السوق الالكترونية ضمن أحد مواقع الواب (WEB)، التي تسمى بالمتاجر الافتراضية، وذلك لجلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين، ونميز بين نوعين من المتاجر الافتراضية ، فالمتجر الافتراضي البسيط هو موقع الواب (WEB) مصمم بحيث يسهل على الزائر العثور على السلعة التي يريدها بعدة طرق، ويقدم له معلومات تفصيلية عنها مع الصور ويسمح له بشرائها مباشرة، مع إتاحة عدة خيارات أمامه لتحرير طرق الشحن والدفع التي يفضلها المشتري، مع بيان التكلفة الإجمالية في كل حالة، أما المتاجر الافتراضية المتقدمة (الحديثة)، فتقدم خدمات إضافية للمشتري، مثل تزويده بالمعلومات عن السلع الجديدة التي يهتم بها، وتذكره بالأعياد والمناسبات المختلفة، وتقترح عليه الهدايا المناسبة...الخ.
- **البنك**: يلعب البنك دورا أساسيا في المعاملات التجارية الالكترونية أكثر منه في التجارة التقليدية بحيث ينبغي أن يكون كلا من البائع والمشتري مرتبطان بخدمات بنك معين يتولى مهمة تسيير المعاملات المالية، فالدفع والقبض يكون بين بنك المشترى وبنك البائع.

3- مبدأ عمل التجارة الالكترونية:

تعتمد التجارة الالكترونية أساسا على مبدأ الاتصال بين التاجر والزبون أو المستهلك، ويتم هذا الاتصال الكترونيا بواسطة شبكة الانترنت، حيث يقوم الزبون بزيارة موقع الواب (WEB) لموزع أو منتج ويختار من القائمة المقدمة السلع التي يريد شرائها والتي تتوافق مع رغباته وأذواقه (اللون،الحجم،الشكل...الخ)، ثم يقوم بإرسال طلب الشراء عن طريق البريد الالكتروني أو النقر على نص مترابط على الصفحة ذاتها، وعند استقبال الطلب من طرف التاجر يقوم برنامج خاص بتسجيل الطلب في قاعدة بيانات الطلب، والتحقق من توفر المنتج على مستوى المخازن، بعدها يقوم التاجر بتأكيد الطلبية مباشرة على صفحة الواب(WEB)، ونفس البرنامج السابق يقوم بتحويل وصل التوزيع للمخزن وكذا تحرير فاتورة الشراء الكترونيا، حيث يتم الدفع الكترونيا بين بنك الزبون وبنك التاجر.

4- أهم الفوارق بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية:

أهم الفوارق الموجودة بين التجارة الالكترونية والتقليدية تكمن في طريقة الحصول على المعلومات وكذا تحويلها، ففي التجارة التقليدية نجد أن طرق الاتصال عديدة ولا تقتصر على وسيلة واحدة، هذا التعدد والاختلاف يؤدي إلى صعوبة التنسيق، وكذا ترتيب العمليات وهو ما يؤدي عادة إلى إطالة زمن معالجة الطلبية، أما في التجارة الالكترونية فالمعلومات مرقمة(رقمية) بين الطرفين المتعاملين، حيث لا توجد إلا وسيلة اتصال وحيدة وهي الانترنت، مما يجعل تطبيقات التحويل والمعالجة للمعلومات سريعة، ويمكن حصر هذه الفوارق من خلال المقارنة التي نقدمها على شكل الجدول التالي:

الجدول1 : الطرق التقليدية والحديثة لشراء منتج

خطوات حلقه البيع	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
البحث عن المعلومات حول المنتج	المحلات ،الممثلين ،كاتالوجات	صفحة الويب(WEB)
طلب السلعة	رسالة بريدية، استمارة	بريد الكتروني E-mail
الرد على الطلب	رسالة بريدية، استمارة قوائم	بريد الكتروني E-mail
مراقبة السعر	كاتالوج	كاتالوج على الخط
مراقبة الوفرة	هاتف ،فاكس وطلب السعر	
تقديم الطلبية (تحرير)	استمارة مطبوعة	صفحة الويب- بريد الالكتروني
بعث/استقبال الطلبية	فاكس،برقية (مراسلة)	البريد الالكتروني
إعطاء أولوية لطلبية معينة		قاعدة بيانات على الخط
مراقبة الوفرة في مكان التخزين	استمارة مطبوعة،هاتف /فاكس	قاعدة بيانات على الخط- صفحة ويب
تخطيط التوزيع	استمارة مطبوعة	بريد الكتروني- قاعدة بيانات على الخط
تحرير الفاتورة	استمارة مطبوعة	قاعدة بيانات على الخط
استقبال السلعة	موزع	
تأكيد وصول السلعة	استمارة مطبوعة	بريد الكتروني
إرسال /استقبال الفاتورة	برقية(مراسلة)	بريد الكتروني *EDI
استحقاق الدفع	استمارة مطبوعة	EDI- قاعدة بيانات على الخط
إتمام الدفع	برقية(مراسلة)	EFT – EDI❖❖

المصدر: دروس من المعهد الدولي للإعلام والتجارة comprendre le commerce électronique الأمير عبد القادر بسكرة، IBI ، ص07 .

* *EDI*: [illegible].

***EFT*: [illegible].

المطلب الثاني: أشكال التجارة الالكترونية

إن عبارة التجارة الالكترونية تعطي مفهوما لاستعمال منظم وأمثل لتكنولوجيا الاتصال، التي تسمح بتأكيد وتنمية التبادلات التي تتم عن طريق وسائل وشبكات الكترونية، والتي تقوم بمراجعة المعلومات والمعطيات ذات الشكل الالكتروني، والتحويلات المالية زيادة إلى تبادل المعلومات.

إن هذه الاستعمالات المتفرقة تنتج لنا أربع أشكال للتجارة الالكترونية.

- **الأعمال مع الإدارة** "Business to administration":

يعبر عن التبادل الالكتروني ما بين المؤسسات والإدارة مثال ذلك تحويل أو تسليم تقارير عن نشاط المؤسسة إلى إدارة الضرائب، هذا الصنف قل ما يعمل به رغم أنه يوفر مزايا وخدمات للميادين التجارية، إلا أنه أخذ بعين الاعتبار مؤخرا وبدأ العمل به في الدول الانجلوساكسونية.

- **الإدارة مع المستهلك** "Administration to consumer":

التبادل يحصل بين الإدارة والمستهلك مثال ذلك تقديم المستهلك أسرار السلع المستهلكة لإدارة مراقبة الأسعار والاحتكار، غير أن هذا الصنف يبقى في مجال البحث النظري.

- **الأعمال مع الأعمال** "Business to Business":

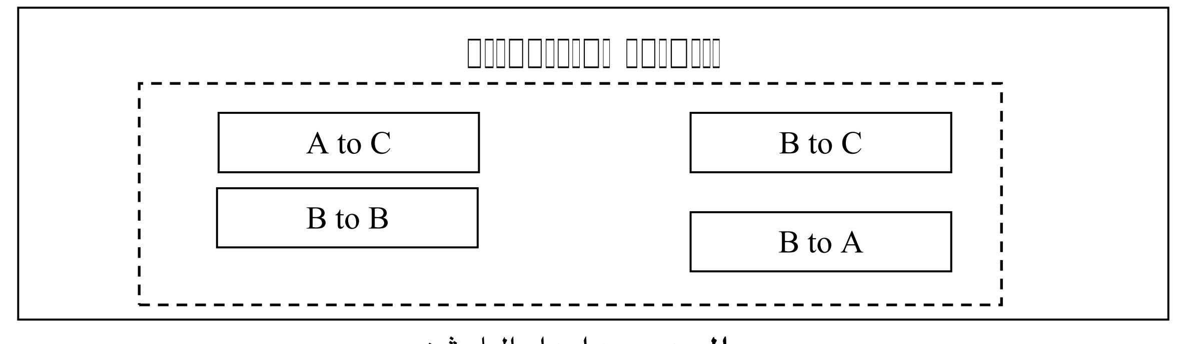
و هذا النوع من التجارة الالكترونية تتم فيه المعاملات من بيع وشراء وتبادل للمعلومات في مساحة سوقية **(22)**، ويشكل هذا النوع من المعاملات التجارية بين قطاعات الأعمال أغلب معاملات التجارة الالكترونية، حيث تستحوذ على ما يقارب 80% من إجمالي حجم التجارة الالكترونية في العالم **(23)**.

- **الأعمال مع المستهلك** "Business to consumer":

ويتم التعامل بين الشركة والأفراد سواءا على السوق المحلي أو الدولي، حيث يقوم المستهلك بطلب الخدمة أو السلعة من موقع الشركة في الانترنت، ويدفع ثمنها بالبطاقة مثلا، ثم بعد ذلك يحصل على السلعة أو الخدمة مباشرة إذا كانت منتجا رقميا، أو عن طريق البريد الالكتروني إذا كان غير قابل للتسليم الكترونيا **(24)**.

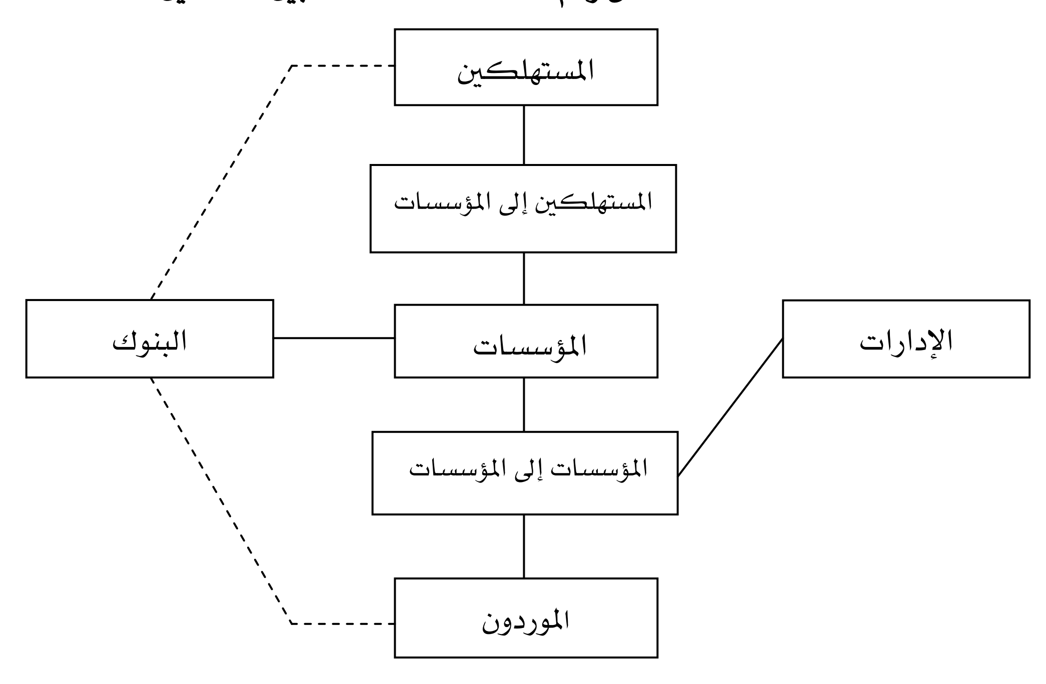
هذا الصنف يبقى ضعيف الاستعمال رغم أهميته البالغة.

الشكل رقم 2: التجارة الالكترونية في شكلها العام



المصدر: من إعداد الباحثين

الشكل رقم 3 : مختلف العلاقات بين المتعاملين



المصدر: (21-11-2010) http://www.ituarabic.org/e-business/presentation%5doc12-las.doc

وفيما يلي نتطرق إلى الأشكال الأكثر تطورا ونقدمها بشكل مفصل:

1- الأعمال مع المستهلك: B to C

يفضل البعض أن يطلق عليها تسمية التسوق الالكتروني "e-shopping" أو تجارة التجزئة الالكترونية "e-retailing" لتمييزه عن التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال **(25)**، في هذا الشكل تدرس العلاقة التجارية بين ممثلين هما الشركة والمستهلك، الممثل الأول قد يكون تاجرا (بائع) أو شركة تعرض منتجاتها مباشرة على المستهلكين، الممثل الثاني يوصف هنا بالخاص أو مؤسسة لها في هذا الإطار علاقة تجارية بسيطة مع المؤسسة التي تبيع منتجاتها وتريد الحيازة عليها المؤسسة الأخرى، هذا الشكل يقوم على سوق افتراضية عكس التجارة التقليدية بالتجزئة التي تقوم على سوق حقيقي، في هذه الحالة تقوم التجارة على مايلي:

- **البحث وتقديم العروض:** من أجل حصول المستهلك على المنتج المرغوب فيه يقوم الوسيط بتقييم نوعية الطلب وينجز عملية البحث لدى المنتج.
- **تحديد الاحتياجات:** في العديد من الحالات لا يستطيع المستهلك تقييم المنتج الذي هو في حاجة إليه بوضوح، والوسيط من خلال قربه إلى المنتج يمكنه إعطاء المساعدة للمستهلك بصفة مفصلة وموجهة بدقة، تقليل الأخطار التي يتعرض لها المستهلك الذي نادرا ما يستخدم معلومات جيدة مما يعرضه لخطر شراء منتج ليس مرغوب فيه، ولحماية المستهلك يقوم الوسيط بدور المؤمن من خلال إعطاء ضمانات وتحمله للأعباء في حالة إرجاع المنتج غير المرغوب فيه.

- **نشر المعلومات حول المنتج:** هذه المعلومات تحتوي على مختلف الخدمات، وتعني من جهة المستهلك في بحثه على السلع التي يريدها، ومن جهة أخرى تعني التاجر من خلال مجهوداته المبذولة لأجل جلب والحفاظ على المستهلك.
- **توزيع المنتج:** تتعلق قيمة المنتج المباع بالمسافة الفاصلة بين المنتج والمستهلك عند عملية التسليم.
- **تقليل مخاطر البائع:** يحدد ثمن بيع المنتج بعملية عرض السلع، ولحماية البائع يتحمل الوسيط تكاليف الغش أو سرقة حصة المستهلك، ففي حالة شراء الأسهم يأخذ الوسيط على عاتقه حصة خطر السوق **(26).**

2- التعامل بين شركة تجارية وشركة تجارية أخرى : " B to B"

في هذا النوع من التجارة يقتصر التعامل مع الشركة وعدد من مورديها وزبائنها الكبار عن طريق كلمات السر وعناوين الواب الخاصة بالشركة، ولا تنشر على الملأ، نجد الممثلين لهذا الشكل من طبيعة مختلفة منهم المنتجين، الموردين، المؤسسات ذات الطابع الخدماتي والإدارات.

تدرس العلاقة بين مختلف المتعاملين كما يلي:

تستطيع المؤسسة تحويل المعايير والتقنيات المستخدمة في شبكة الانترنت لتطبيقها على شبكة محلية مفتوحة على شركائها، وبالتالي تصبح الشبكة الداخلية للمؤسسة، ويصطلح عليها "الانترانت"Intranet"

تنشأ العلاقة بين المؤسسة والمتعاملين الاقتصاديين بالاتصال عبر "اكسترانت" "Extranet" ، وهي عبارة عن شبكة داخلية ذات تعامل واسع، واستعمال الانترنت من أجل ربط المؤسسة مع مورديها وزبائنها، أو المؤسسات تتقاسم هدف مشترك من أجل تحسين سير وتدفق المعلومات بفعالية أكبر.

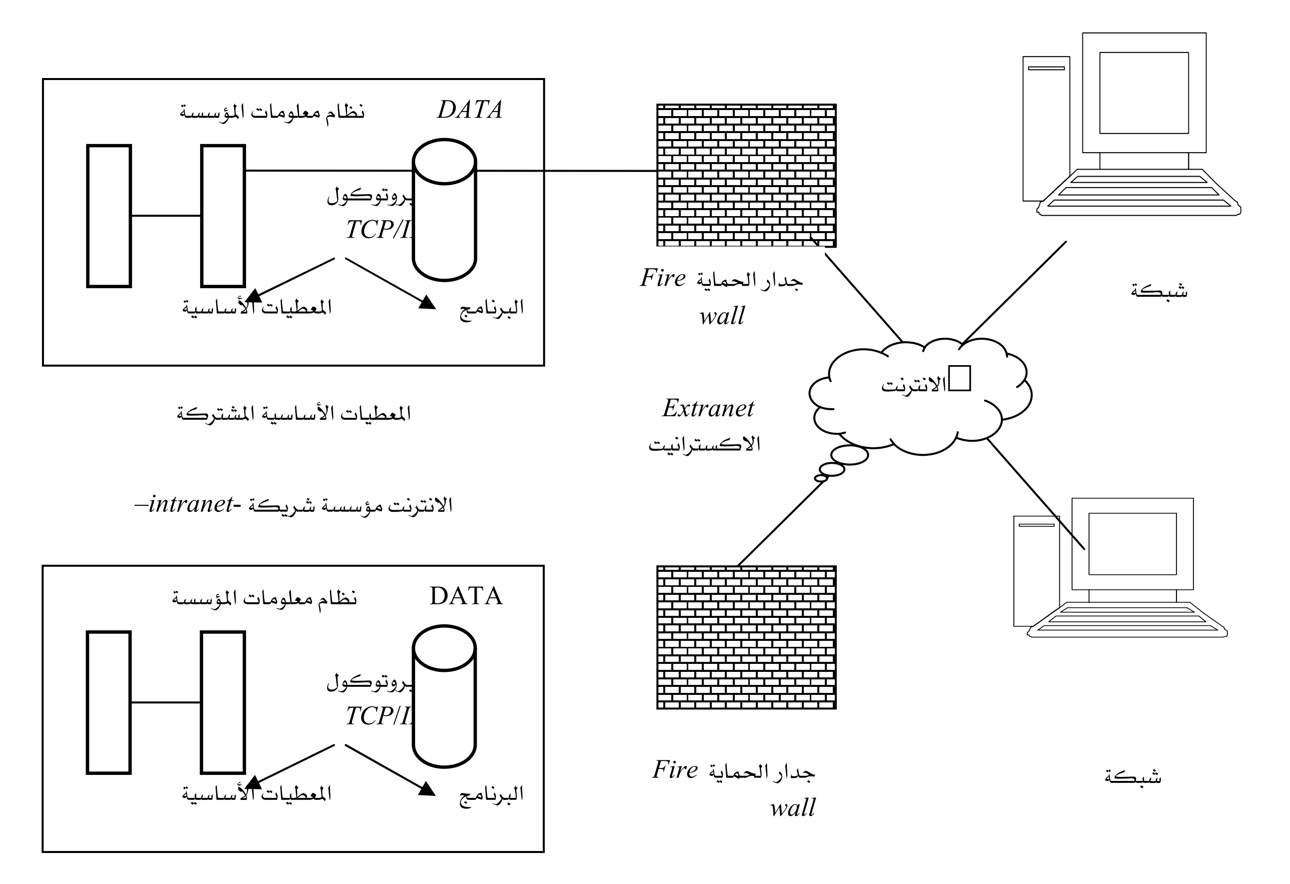
و نميز هنا بين السوبرانت " Supranet" والانترونيت "Intronet":

- **السوبرانت:** في هذه الحالة المبادلات تكون ممولة ومراقبة من طرف الشركات الكبرى، أين يتم تبادل الاتصالات والتكنولوجيا والمعلومات المشتركة بين الشركاء، للحصول على نوعية جيدة للمعلومات.
- **الانترونيت:** في هذه الحالة يتم التبادل بين المؤسسات والشركات الخارجية للحصول على التكنولوجيا فيقوم ممثلي الشركات الخارجية بدفع لمتلكي هذه التكنولوجيا (المؤسسات الكبرى)

  مقابل استخدام هذا النظام **(27).**

والشكل التالي يوضح مختلف الشبكات المستخدمة من طرف المؤسسة:

الشكل رقم 4 : الانترنت، الاكسترانت ، والانترانت



(traduire en français "comprendre le commerce électronique"David Kosiur :
المصدر: *par*
Alain Douseuil),édition Microsoft Press, France2000, p : 244,

هناك إمكانية أخرى تقوم بتمييز مختلف أشكال التجارة الالكترونية بناءا على طريقة تسليم المنتجات والخدمات ونميز بين نوعين:

- **التجارة الالكترونية المباشرة :** يجب أن تكون الأملاك والخدمات الداخلة في عملية التبادل التجاري الالكتروني غير مادية، كشراء مجموعة برامج الإعلام الآلي عبر الانترنت واستقبالها على شاشة حاسوب المستعمل مباشرة، فهنا تم استلام مجموعة البرامج على الخط أي مباشرة وخدمات ما بعد البيع تدخل في هذا النوع.
- **التجارة الالكترونية غير المباشرة:** ينتج هذا النوع عندما يكون للمعاملة أثر الكتروني وجزء يعتمد على التوزيع الكلاسيكي كشراء سيارة، يتم اختيار: النوع، اللون بالاستعانة بفهرس (catalogue) وصل الطلب والإمضاء الرقمي والتحويل الالكتروني للأموال، كل ذلك يتم عبر

الانترنت مباشرة، غير أن تسليم السيارة يأخذ مجرى آخر غير مباشر، وينتج هذا النوع عن كل المبادلات الالكترونية أين يكون المنتج ذو طبيعة مادية. **(28)**.

المطلب الثالث : شروط وعوامل تطور التجارة الالكترونية

هناك ثلاث عوامل أساسية تتحكم في تطور التجارة الالكترونية:

1- **البنية التحتية الالكترونية:** وتشمل البنى التحتية الداعمة للتجارة الالكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الانترنت، ومن أبرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات (ICT)، وتشمل شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي، وأجهزة الاتصالات من الفاكس وهواتف ثابتة ومتنقلة، وكذلك الحواسب الآلية وبرامج التطبيقات والتشغيل، وخدمات الدعم الفنية، ورأس المال البشري المستخدم في الأعمال والتجارة الالكترونية، إضافة إلى توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات، فهذه المكونات توفر البيئة التحتية الالكترونية التي تساعد على انتشار استخدام الانترنت وتهيئ البيئة المناسبة للتجارة الالكترونية، ويعتبر **انتشار الانترنت عاملا رئيسيا في الدخول للتجارة الالكترونية**، لأنها بمثابة القناة الالكترونية أو السوق الالكتروني الذي تتم من خلاله المعاملات والتبادلات التجارية **(29)**، كما أن انتشار الانترنت يعتمد على توفير عناصر أساسية منها: توفر أجهزة الحاسب الآلي، والهواتف، والحسابات المضيفة، وإمكانية الدخول إلى الانترنت من خلال معرفة عدد المستخدمين والمشتركين، والمستخدمين المحتملين للانترنت **(30)**.

2 – **توفير الكوادر البشرية:** ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الالكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع المعلومات، وشبكات الاتصال والانترنت، والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الانترنت، ومن ناحية أخرى تتطلب التجارة الالكترونية ما يسمى بالاستعداد الالكتروني(E-REDINES) أي المجتمع القادر والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة الالكترونية عبر الشبكة **(31)**، بالإضافة إلى توفير الفرص للمؤسسات والمعاهد التعليمية، والمدارس لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات، وتكييف المناهج التعليمية مع المعارف التقنية **(32)**

3- **العوامل القانونية:**

- **قانون العقود**: أن يراعي فيه التكيف مع المضمون المادي للصفقات، وذلك بعزل بعض القيود وخاصة فيما يتعلق بقانون الإثبات (الحجة،الدليل)، هناك ثلاثة محاور معينة بهذا وهي التسجيلات المعلوماتية بدون إمضاء، ثقل الدليل والطابع غير المنسوخ للصفقة، تطوير الإمضاء الالكتروني.
- **سرية الصفقات:** سرية المعلومات اللازمة للجانب المادي للصفقة التجارية، بالإضافة إلى حماية الدخول والذي يضمن من أجل تشجيع الشراء، فإحدى الوسائل الفعالة هي الإمضاء الالكتروني والذي يسمح بمعرفة القائم بعملية الدفع (الطابع الرسمي لعملية الدفع)، ولكن بالمقابل قد تفشل نتيجة القيود المفروضة على تحسين استخدام الرموز المشفرة لكل أو جزء من الصفقة.

- **حماية المدفوعات:** هذه النقطة تشكل حوصلة للنقاط السابقة ولكن بخصوصية وهي تطوير النقود الالكترونية.
- **حماية المعطيات الشخصية للمستهلك:** تمثل التجارة الالكترونية تجارة عن بعد، عن طريق الشراء والبيع عن بعد، فهي تلتزم بضمانات مشتركة (متبادلة) بين البائع والمشتري بعد كشف المواقع التي تتم من خلالها الصفقات الالكترونية، ومن جهة أخرى يؤدي إهمال المعطيات الشخصية المرسلة أثناء الصفقة إلى طرح استفهام حول حمايتها.
- **الملكية الفكرية:** العديد من النقاط أثيرت حول هذا الموضوع، من بينها دوام نظام حقوق المؤلف والتوافق بين العناوين الالكترونية وحق العلامات.
- **الاختيارات:** تسمح بتنويع استعمال الانترنت في المؤسسة، أو في الإجراءات الإدارية وذلك بتشجيع التطور وتعميم الاستعمال.

الخاتمة

إن التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة تشير إلى أن العالم شهد ثورة في مجال المعلومات وتسيير المؤسسات، فقد أصبح الاتصال الكترونيا وتبادل الأخبار والمعلومات بين الشركات والأفراد حقائق ملموسة عن طريق الانترنت.

إن الاقتصاد الجديد ليس اقتصاداً موازياً أو بديلاً للاقتصاد التقليدي، بل هو صبغته الحديثة ومستقبله القريب المحتوم، فالتجارة الالكترونية ستكون أسلوب التجارة الأول في المستقبل القريب، وتحل النقود الإلكترونية مكان النقود الورقية شئنا أم أبينا ، و أصبحت عاملا مؤثرا في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة المقدرة التنافسية من تسويق للمنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات، كما يجمع الخبراء ومكاتب الدراسات الذين يقومون بمختلف الأبحاث والدراسات أن توقعاتهم وتنبؤاتهم تشير إلى المستقبل الواعد لهذا النشاط التجاري.

قائمة المراجع:

[1]- بهاء شاهين:"شبكة الانترنت"، العربية لعلوم الحاسب كمبيو ساينس، الطبعة الأولى، القاهرة ، 1996، ص: 09.

[2] - عبد المالك ردمان الدناني ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت ، دار الكتاب الجامعية ،الطبعة الأولى، بيروت 2001، ص: 36.

[3]- محمد فهمي طلبه:" الانترنت طريق المعلومات السريع"، مطابع المكتب المصري الحديث، القاهرة، ص:25.

[4] - Arnaud Dufour :" Du marketing au cyber- marketing :proposition d'un cadre méthodologique pour intégrer internet dans la stratégie d'Enterprise" ,Thèse de doctorat , Université de Lausanne , école des hautes études commerciales HCE , Suisse , 1998 , P : 345.

[5]- محمد فهمي طلبه، مصدر سابق، ص: 153.

[6]- Jean Haguet : " Internet guide stratégique et pratique pour l'entreprise", édition Masson Paris, 1996, p :22 .

[7] - Arnaud Dufour, Internet, que sais-je, Puf, France,2000, P :56.

[8] - -Ibid , pp :166 - 167.

[9] - بختي إبراهيم : **"دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق مع حالة الجزائر"، أطروحة الدكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص:*38*.**

[10] - CD-Rom :Formation réseau.

[11]- Peter Kent :"Netscape 2 la toute première fois", édition Olitec, France, 1996, p :20.

[12] - Jean Haguet, op-cit, p :26.

[13]- محمد فهمي طلبه، مصدر سابق، ص: 191.

[14] *-Jean Haguet , op-cit*, p: 9.

[15]- إبراهيم العيسوي: التجارة الالكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2003، ص 11.

[16]- *عبد الفتاح بيومي حجازي: النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية* ، الكتاب الأول لنظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدنيا، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص 24.

[17]- Jaques lendrevie, Denislindon, Mercator,6EDI, Dalloz, Paris,2000p :352.

[18]- David Kosiur : compendre le éléctronique,corlétimprimeur",(traduire en français par Alain Douseuil), édition Microsoft Press France 2000, p :4.

[19]- Roger clarke. Electronic commerce définition. Department of science australian national university. 2000. P 2.

[20]- كمال رزيق، مسدور فارس، التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر، الملتقى الوطني الأول حول السياسة الجبائية للجزائر في الألفية الثالثة، جامعة البليدة يومي 10 - 11 ماي 2004، ص 154.

[21]- Jacques Lendrevi & Denis Lindon ,op-cit ,p :353.

[22]- www.wto.org./wto/English/tratop_e/devol_e/33e.htm (26-12-2010).
[23]- financial times ,3 septembre, 1997.
[24]- http://www.itu.org (26-12-2010).
[25]- أحمد أبو القاسم: " التسويق عبر الانترنت"، دار الأمين، مصر، 2000، ص: 17.
[26] - Cahier de centre de recherché n°17, informatique et droit, commerce électronique , Bruxelles , 2000, p: 160.
[27]-Michel Bardou: " Toward a unified of electronic commerce, communication of the ACM", Oftmeacm, London, 1998, p:88.
[28]- Cahier de centre de recherché n°17, informatique et droit, commerce électronique , Bruxelles , 2000, p : 151.
[29]- د. عابد العبدلي: التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية، الواقع - التحديات - الآمال، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005، ص 13.
[30]- the economist. May 10. 1997.
[31]- د. عابد العبدلي: مرجع سبق ذكره، ص 14.
[32]- the world Bank. World Development. Indicators. 2003.